Redação de João Pedro Maciel Schlaepfer, 19 anos, do Rio

Quem Sabe o que é Melhor Para Ela?

Desde o final de 1991, com a extinção da antiga União Soviética, o capitalismo predomina como sistema econômico. Diante disso, os variados ramos industriais pesquisam e desenvolvem novas formas e produtos que atinjam os mais variados nichos de mercado. Esse alcance, contudo, preocupa as famílias e o Estado quando se analisa a publicidade voltada às crianças em contraponto à capacidade de absorção crítica das propagandas por parte desse público-alvo.

Por ser na infância que se apreende maior quantidade de informações, a eficiência da divulgação de um bem é maior. O interesse infantil a determinados produtos é aumentado pela afirmação do desejo em meios de comunicação, sobretudo ao se articular ao anúncio algum personagem conhecido. Assim, a ânsia consumista dos mais jovens é expandida.

Além disso, o nível de criticidade em relação à propaganda é extremamente baixo. Isso se deve ao fato de estarem em fase de composição da personalidade, que é pautada nas experiências vividas e, geralmente, espelhada em um grupo de adultos-exemplo. Dessa forma, o jovem fica suscetível a aceitar como positivo quase tudo o que lhe é oferecido, sem necessariamente avaliar se é algo realmente imprescindível.

Com base nisso, o governo federal pode determinar um limite, desassociando personagens e figuras conhecidas aos comerciais, sejam televisivos, radiofônicos, por meios impressos ou quaisquer outras possibilidades. A família, por outro lado, tem o dever de acompanhar e instruir os mais novos em como administrar seus desejos, viabilizando alguns e proibindo outros.

Nesse sentido, torna-se evidente, portanto, a importância do acessoria parental e organização do Estado frente a essa questão. Não se pode atuar com descaso, tampouco ser extremista. A criança sabe o que é melhor para ela? Talvez saiba, talvez não. Até que se descubra (com sua criticidade amadurecida), cabe às entidades superiores auxiliá-la nesse trajeto.